

“议程设置” 假说的两种新视角

■ 曹 蓉

【摘要】“议程设置”是产生于 20 世纪 60、70 年代一个关于大众传播效果研究的重要假说。本文对“议程设置”假说进行了理论回溯,并探析中国语境下该假说所发挥的作用。此外,还探讨了网络背景下的“议程设置”假说,认为不应局限于探讨谁设置了媒介议题,应着眼于对整体舆论氛围影响的研究,要积极寻求和探索政府议程、媒介议程和公众议程互动的有效模式。

【关键词】议程设置 假说 网络环境

“议程设置”假说的回溯与思考

1972 年麦库姆斯和肖发表了题目为《大众传播的议程设置功能》的论文,标志着“议程设置”假说的产生。在此之前已有许多关于“议程设置”假说的猜想。关于“议程设置”假说的最早论述者应是李普曼,他在《舆论学》中,总结了关于议程设置的思想,提出新闻媒介决定了我们对这个世界的认知地图的观点。诺顿·朗直接将其表述为“报纸是设置地方性议程的原动力”^①。1959 年库尔特·兰和恩格尔·兰也曾提出了“大众媒介促使公众将注意力转向某些特定的话题”^②。科恩则给予“议程设置”明确的勾勒,他说“报纸在告诉人们该怎么想时可能并不成功;但是它在告诉它的读者该想些什么时,却是惊人地成功”^③。从李普曼到科恩等人,他们为“议程设置”假说提供了一个基本的雏形和思考范式。麦库姆斯和肖在此基础上进行了经验主义的实证研究,并发展为“议程设置”假说。

“议程设置”假说从提出至今已经有 30 多年,许多学者对其进行验证和拓展。该假说最初主要应用于政治竞选领域,现今已延伸到更广泛的领域,如企业声誉、宗教议题、课堂等,这些新领域的开发,给“议程设置”假说注入了新鲜的“血液”。虽然“议程设置”假说有系统的理论建构

模式,且在 30 多年的发展过程中通过大量对核心概念的实证研究,但该假说“从理论概念的衡量标准来看,只是一个因果关系的假设,即传媒对议题的报道幅度决定了公众对议题显著程度的认知,同时,它是一种现象,即在媒体时代,公众注意力受媒体驱使”^④。

与此同时,“议程设置”在其产生之初就是一个饱受争议的假设,虽然经过多年的拓展与丰富,其自身的一些局限与矛盾也不断受到质疑与批判。

首先,“议程设置”假说是在“适度效果论”阶段产生的,其主要回归到对媒介告知功能的强调,进而摆脱“有限效果论”枷锁的禁锢。而现阶段的研究使得“议程设置理论重新关注媒介议程对公众态度、行为层面的影响,也推翻了科恩的论断”^⑤。同时,据“议程设置”假说研究显示,其效果是长期、广泛且可以累积的,这在一定程度上具有了“强大效果模式”的端倪。也就是说,“议程设置”并没有改变其整个景观,还是回到了“态度、行为改变”的效果研究范畴。

其次,“议程设置”假说在重视媒介议题对公众议题起作用的同时,忽视了人际传播的因素,即只强调大众传播的作用,进而对“议程设置”假说的作用过于夸大化或武断。另一方面,“议程设置”假

说是否能发挥作用,与议题的性质、媒体的公信力、个人经历及价值观念有重大的联系。媒介对公众是否关注事件,多大程度关注事件不是总能起到强效果。“议程设置”效果的产生需要在一定条件下才能充分发挥。

第三,研究者在证明“议程设置”假说成立的研究中,大都采纳麦库姆斯与肖最早使用的将媒介议程的内容分析与公共议程的调查结合起来的方法。该研究方法在当时具有重大的意义,然而经验主义的量化方法多是对某一时刻关系的测定,这对一个长期效果的推断而言显然是有局限性。同时,在调查方法中使用“国家面临的最重要议题”作为调查问题,有可能激发公众在调查中增加选择的议题。

除此之外,部分学者还提出了“议程设置”假说在其他方面存在的局限。如:刘建明认为该假说混淆了“图像”与“议程”的含义,忽视了社会关系及受众的主体地位^⑥;殷晓蓉提出假说存在对议程设置功能的局限性、对中介因素认识的偏差及议程关系模糊等问题。^⑦

中国视角下的“议程设置”假说

“议程设置”假说在 20 世纪 80 年代被介绍到中国。随后的十几年间,中国学术界也进行了许多关于“议程设置”假说的研究。从中国期刊网可略窥见中国大陆



对“议程设置”假说的研究情况,即主要着眼于外文文献的翻译,假说理论的综述与探讨,对假说的实证研究三个方面。又大致可以分为两个方向,一是在中国视角下对“议程设置”假说的探讨与验证;二是在新媒体背景下对“议程设置”假说效果与特点的分析。

在对“议程设置”假说的研究中,很多学者都注意到中国与西方在假说的理论前提上存在着差异。“议程设置”假说在对美国政治选举研究中产生,而中国的社会结构和政治体制等都与美国存在着巨大的差异。西方“对媒体的‘议程设置’效果之研究,必须是考察民主运作动态的一部分,必须假设媒介是民主运作的基本平台,新闻是联络民主社会成员的主要手段,公众关注是民主政治的重要资源”^⑧。即“议程设置”的一个大前提是媒体具有自由设置议程的空间或权力。在中国,媒体是党和人民的喉舌,其肩负着引导舆论导向的重任,扮演着舆论领袖的角色。此外,不可否认的是中国存在着“宣传”与“新闻”界限模糊的状况,在多数情况下新闻带有较强的宣传色彩。舆论导向和宣传的目标不仅是认知层面的改变,同时包含着对态度、观点和行动的改变,把公众引导到一个特定的方向上去。舆论导向是主观的追求,议程设置是一种客观的效果。

麦库姆斯在探讨谁设置了媒介议程时,以“洋葱”的比喻来说明各种因素与媒介议程之间的关系,本文试图建构一个“洋葱”模型来阐释中国视角下的“议程设置”假说。第一种解释是:一层层的同心洋葱皮代表形成媒介议程的事件信源,最接近洋葱中心的内层皮代表与党和政府关系密切的事件信源,随圈层的外展距中心越来越远,中层与外层代表着与党和政府相关性越来越小的信源。在内层皮的信源因与党和政府有密切关系,党和政府就可能直接设置了这些事件的议程,所以这就不属于议程设置的范畴,而是一种针对性较强的宣传。中层和外层事件信源因其与党和政府关联性递减,媒体在这些事件上可以自由设置议程的空间则逐渐增大,自由度也逐渐拓宽。

第二种解释是:一层层的同心洋葱皮代表着不同性质地位的媒体,内层皮代表着直接受党和政府领导的中央媒体,中层和外层则代表着各种全国性或地方性媒体。内层皮中的媒体具有较浓厚的宣传意味,而随着距离渐远中层和外层媒体受党和政府议程影响减弱、市场化增强,其一定程度上符合“议程设置”假说的前提,即媒体可以自由的设置自己的议程。

新媒体环境下的

“议程设置”假说

麦库姆斯与肖提出的“议程设置”假说是在传统媒体时代提出来的,主要针对报纸、杂志及电视的研究。甘露认为“传统媒体环境具有三个基本特征,即把关人权力集中在少数精英阶级手中,受众主要处在被动的地位上,传统媒体在内容上是有限的,其信息是有所取舍的”^⑨。而以网络为代表的新媒体的传播特征强烈地冲击了“议程设置”假说的基础,新的媒介环境给议程设置理论带来了挑战。

对此,有些学者预言,在新的媒介环境下产生的独特的个人议程将使议程设置效果消失。虽然网络的交互性、即时性、海量性以及参与性等特征,确实冲击着传统媒体和受众的传受关系,但这并不意味着“议程设置”在新媒体时代是完全不起作用的。传统的传播模式从严格意义上讲是单向的,新媒体的出现改变了原来单向的传播模式,进而呈现出更具互联网意义的“议程设置”模式:网络议程与公众议程之间不是一个单向的关系,而是一种双向互动的过程。

本文试图建构网络“议程设置”模式,即事件通过网民在网络空间上发布消息、引发讨论,形成了网民议题,网民议题的形成进一步影响了更大层面的网络议题并直接影响现实社会的公众议题;同时,网络议题既可影响传统媒介议题进而影响公众议题,公众议题也会对传统媒体产生一定的影响,公众议题则会对政策议题施加影响。在这个模式中,突出了“人际传播”以及“把关人”的作用。在当今的传播环境中,大众传播与人际传播的界限是模糊的。新媒体下的“议程设置”对“把关人”有双重含义,一是每个网民个

体都是“把关人”,体现了“把关人”角色的弱化,这也是由网络的低门槛特点所决定的;其次是传统媒体的“把关人”仍然肩负着受网民议程影响情况下的媒介议程设置作用。“把关人”角色的拓展,也正是网络媒体与新媒体互动作用下的产物。综上所述,“议程设置”在网络世界中的表现形态发生了变化,但其在网络中仍发挥着作用。在新媒体背景下,网络媒体与传统媒体之间互动的范例日益普遍,从而对社会舆论将产生越来越大的作用。因此,“议程设置”假说不应局限于探讨谁设置了媒介议题,应着眼于对整体舆论氛围的影响的研究。学者兰和兰在“议程构建”中提出“政府、公众、媒介三者是相辅相成的”^⑩,即我们要积极地寻求和探索政府议程、媒介议程和公众议程互动的有效模式。■

参考文献

- ①②[美]沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德:《传播理论:起源、方法与应用》,华夏出版社,1999:248
 - ③[美]M麦库姆斯:《议程设置:大众媒介与舆论》,北京:北京大学出版社,2008:3
 - ④⑧[美]简宁斯·布莱斯特:《媒介效果:理论与研究前沿》,华夏出版社,2009:11
 - ⑤[美]麦库姆斯:《议程设置理论概览:过去、现在与未来》,《新闻大学》,2007(3)
 - ⑥刘建明:《对“议程设置”论的修正——关于传播学未来走向的个案研究》,《国际新闻界》,2000(2)
 - ⑦殷晓蓉:《议程设置理论的产生、发展和内在矛盾》,《厦门大学学报》,1999(2)
 - ⑨甘露:《浅析网络议程设置的特色》,《国际新闻界》,2003(4):36
 - ⑩Lang, G E., and K Lang (1983). The Battle for Public Opinion: The President, the Press, and The polls During Watergate. New York: Columbia University Press.
- (作者:厦门大学新闻传播学院2010级新闻学硕士)

责编:姚少宝